

Magdeburg Marketing, Kongress und Tourismus GmbH (MMKT)**Lagebericht 2013**

I. Grundlagen des Unternehmens**1. Geschäftsmodell des Unternehmens**

Aufgabe der MMKT ist die Entwicklung und Umsetzung eines tourismusbezogenen Stadtmarketingkonzeptes mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad und die Attraktivität der Landeshauptstadt Magdeburg zu erhöhen und den Städtetourismus zu fördern.

Gründungsdatum der Gesellschaft war der 05.07.1999. Die aktive Geschäftstätigkeit der Gesellschaft begann zum 01.01.2000.

Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt 27.700,00 EUR, wovon 66,8 % durch die Landeshauptstadt Magdeburg und jeweils 8,3 % durch die Gesellschafter

- Stadtparkasse Magdeburg
- Interessengemeinschaft Innenstadt e.V.
- Ströer Media Deutschland GmbH & Co. KG, Köln
- DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt

im Jahr 1999 bzw. 2003 (Stammeinlage DEHOGA, Erhöhung der Stammeinlage der Landeshauptstadt Magdeburg) voll eingezahlt worden sind.

Organe der Gesellschaft sind

- a) die Gesellschafterversammlung, wobei jeder Gesellschafter in die Gesellschafterversammlung bis zu fünf Vertreter entsenden kann und
- b) der Aufsichtsrat mit elf Mitgliedern.

Der Oberbürgermeister entsendet das erste, der Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg fünf weitere Aufsichtsratsmitglieder. Je ein weiteres Aufsichtsratsmitglied wird von den Gesellschaftern entsandt. Der Stadtrat schickt darüber hinaus ein externes Mitglied in den Aufsichtsrat.

2. Forschung und Entwicklung

Unsere Marktforschung bezieht sich auf die Untersuchung und Analyse von Kundenverhalten und – wünschen bezogen auf touristische Aktivitäten. Neben eigenen Untersuchungen in der Tourist-Information wurden Firmen, wie Forsa und Stadtvisite beauftragt, Befragungen von Magdeburgern und Bewohnern im übrigen Bundesgebiet zu touristischen Themen durchzuführen. Ferner wurde eine Untersuchung zu Schwerpunktthemen, beispielsweise des touristischen Wegeleitsystems, des öffentlichen Personennahverkehrs und des Einzelhandels aus der Sicht des Reisenden in Auftrag gegeben.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen finden Eingang in die tägliche Arbeit unserer hochqualifizierten Mitarbeiter.

II. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche, branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die Erfüllung unserer Aufgaben hängt von einem verlässlichen Zuschuss der Landeshauptstadt ab. Wir sind stets bemüht, zusätzliche Mittel für Sonderprojekte zu akquirieren sowie unsere Erlöse zu steigern, um unser Tätigkeitsfeld erweitern zu können. Die Zunahme von privaten Wettbewerbern wirkt sich erschwerend auf Umsatzsteigerungen aus.

Wir begegnen dieser Entwicklung durch innovative Produkte und Dienstleistungen, ein hohes Maß an Qualität und Verlässlichkeit.

2. Geschäftsverlauf

Grundlage für den Geschäftsverlauf der Gesellschaft bildete der am 6.12.2012 vom Stadtrat beschlossene Wirtschaftsplan für das Jahr 2013 mit dem darin vorgesehenen Betriebskostenzuschuss für die MMKT in Höhe von TEUR 850 brutto. Damit blieb der städtische Zuschuss trotz steigender Kosten weiterhin konstant.

Im Jahr 2013 hat sich die touristische Nachfrage in Magdeburg – gemessen an den Übernachtungszahlen – insgesamt leicht abgeschwächt. Die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (ab neun Betten) sank gegenüber dem Vorjahr um 3,2 Prozent auf nunmehr 536.112 Übernachtungen. Rückgänge bei den inländischen Besuchern konnten nur teilweise durch die gute Nachfrage aus dem Ausland kompensiert werden.

Das Tourismusjahr 2013 war im Frühsommer insbesondere durch die hochwasserbedingte Krisensituation geprägt. Über mehrere Wochen befand sich die Landeshauptstadt im Ausnahmezustand, die Berichterstattung in den Medien brachte täglich neue Horrorszenarien aus der Region. Dadurch wurde auch die Geschäftstätigkeit der MMKT stark beeinträchtigt.

Die Stadtrundfahrten mit dem roten Doppeldecker-Bus, die mittlerweile für einen erheblichen Anteil am Jahresumsatz stehen, mussten für zwei Wochen vollständig eingestellt werden, die Besucherfrequenz in der Tourist-Information ging in dieser Zeit stark zurück. Aber auch nach der Wiederaufnahme der Stadtrundfahrten mussten weiterhin Einnahmeausfälle bei allen touristischen Dienstleistungen hingenommen werden, die die MMKT erbringt. Die Umsatzausfälle insbesondere bei den von der MMKT selbst angebotenen öffentlichen Stadtrundfahrten konnten mit Blick auf das Gesamtjahr nur insofern begrenzt werden, als die für das Jahr 2013 langfristig geplanten Preisanhebungen realisiert und auch am Markt durchgesetzt werden konnten.

Ab dem Juli/ August des Jahres hat sich die touristische Nachfrage und damit auch das Tagesgeschäft der MMKT weitgehend normalisiert. Im Herbst fehlte ein zusätzlicher Nachfrageschub, wie dieser durch die Landesausstellung im Jahr 2012 ausgelöst wurde.

Die MMKT erzielte im Geschäftsjahr 2013 leicht rückläufige Umsätze. Gründe sind unter anderem in der Hochwasserkrise in der Hauptreisezeit Mai-Juni zu sehen sowie im Fehlen von Sondereffekten wie im Vorjahr, die das Ergebnis in 2012 positiv beeinflusst hatten (Landesausstellung „Otto der Große und das Römische Reich“ im Herbst 2012). Positiv erscheint die Weiterführung der Ottostadt-Kampagne, die nunmehr in der Hand der MMKT liegt. Damit verfügt die Gesellschaft über weitere finanzielle Mittel für überregionale Marketingmaßnahmen.

Die MMKT schließt das Jahr 2013 mit einem positiven Jahresergebnis von TEUR 1 ab.

Entsprechend dem Wirtschaftsplan waren zuzüglich zum Betriebskostenzuschuss in Höhe von TEUR 850 (brutto, abzügl. USt TEUR 20) weitere Erträge von insgesamt TEUR 533 eingeplant. Die Gesellschaft erreichte im Jahr 2013 Erträge von TEUR 1.479, von denen TEUR 559 als Umsatzerlöse zu rechnen sind. Damit sank der Umsatz der MMKT um 4,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die Erlöse aus Stadtführungen und -rundfahrten gingen dabei von TEUR 191 im Jahr 2012 auf TEUR 184 im Jahr 2013 zurück. Trotz der Umsatzausfälle während und nach der Hochwasserkrise hat sich damit der rote Doppeldecker wieder einmal als Tourismusmagnet erwiesen, obwohl das Jahr keine herausragenden tourismusrelevanten Ereignisse mit sich brachte. Die im Jahr 2012 besonders stark von der Landesausstellung beeinflussten Pauschalprogramme sanken von TEUR 84 auf TEUR 21. Die Personalkosten sind geringfügig, um TEUR 5, gestiegen und beliefen sich auf TEUR 582. Im Geschäftsjahr 2013 beschäftigte die MMKT GmbH durchschnittlich 16 feste Mitarbeiter, einen Geschäftsführer, eine Auszubildende sowie mehrere zeitweilig tätige Praktikanten und Aushilfskräfte.

3. Lage

a) Ertragslage

Unsere Hauptumsatzquellen sind die Beteiligung an Sonderaktionen mit einem Anteil von 36,0 % am Gesamtumsatz, die Stadtrundfahrten und -gänge mit einem Anteil von 32,9 % am Gesamtumsatz gefolgt vom Souvenirverkauf mit einem Anteil von 17,2 % am Gesamtumsatz.

Der Sonderposten ist bis auf einen Restbetrag von T€ 3 aufgelöst.

b) Finanzlage

Unsere Finanzlage ist zumeist stabil, kurzzeitig auftretende Engpässe werden mit Hilfe des Kontokorrentkredites überwunden. Unsere Kreditlinie ist bedeutend höher, als wir durchschnittlich in Anspruch nehmen.

Der Betriebskostenzuschuss wird monatlich in Höhe der zu erwartenden Ausgaben abzüglich der zu erwartenden Einnahmen von der Stadt Magdeburg abgefordert.

Die Verbindlichkeiten werden innerhalb der Zahlungsfrist beglichen, die Forderungen innerhalb der Zahlungsziele vereinnahmt bzw. es werden nach Ablauf der Zahlungsziele Mahnungen verschickt.

c) Vermögenslage

Investitionen in die Geschäftsausstattung wurden in notwendigem Umfang getätigt. Es wurden u.a. zwei Computer und ein Kopierer neu angeschafft.

Erweitert wurde das internetbezogene Buchungs- und Abrechnungssystem für Stadtrundfahrten und -gänge in Höhe von T€ 9.

Alle Investitionen wurden aus eigenen Mitteln finanziert.

Zur Überbrückung von finanziellen Engpässen wurde zeitweilig der Kontokorrentkredit in Anspruch genommen.

Das bestehende Darlehen wurde vertragsgemäß getilgt.

4. Finanzielle Leistungsindikatoren

Der Umsatz je Mitarbeiter ist leicht gesunken (um ca. 4 %).

Ursache sind das Hochwasser im Juni letzten Jahres sowie das Fehlen eines Großereignisses.

III. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach Ende des Geschäftsjahres eingetreten sind, liegen nicht vor.

Zu erwähnen ist, dass im ersten Quartal 2014 ein Wechsel in der Geschäftsführung stattfand. Herr Olaf Ahrens schied zum 28.02.2014 als Geschäftsführer aus, Herr Ralf Steinmann wurde zum 01.03.2014 als Interimsgeschäftsführer (befristet für längstens ein Jahr) eingesetzt.

Mitte des Jahres 2014 endet die Freistellungsphase der sich in Altersteilzeit befindlichen Mitarbeiterin.

IV. Prognosebericht

Ab 2014 wird durch die Stadtratsentscheidung vom 9.12.2013 (Haushalt 2014) ein um TEUR 100 erhöhter Betriebskostenzuschuss für die Gesellschaft in Aussicht gestellt. Damit wird die Handlungs- und Leistungsfähigkeit der Gesellschaft vorerst sichergestellt, auch angesichts steigender Kosten.

Für das Jahr 2014 zeichnen sich nur wenige touristisch relevante Großveranstaltungen ab, neben dem Domplatz OpenAir des Theaters sind hier die Telemann-Festtage mit der Oper „Otto“ zu nennen, oder ein neues Ausstellungsprojekt des Kulturhistorischen Museums, das allerdings nicht mit den bisherigen Landesausstellungen vergleichbar ist.

Der Umsatz der Gesellschaft wird im Jahr 2014 angesichts fehlender touristischer Großereignisse in den meisten Geschäftsfeldern voraussichtlich tendenziell gleich bleiben. Ebenso werden auch die privaten Wettbewerber in den Bereichen Gästeführungen und Souvenirverkauf weiteres Umsatzwachstum erschweren.

V. Chancen- und Risikobericht

1. Risikobericht

Die Entwicklung der Geschäftstätigkeit wird davon abhängen, ob der MMKT ein verlässlicher Zuschuss auf dem jetzt vereinbarten oder einem höheren Niveau erhalten bleibt und ob weiterhin rege Nachfrage nach Städtereisen im Inland herrscht.

Die Wettbewerbsrisiken haben sich aufgrund der Zunahme privater und anderer Anbieter in der Branche erhöht.

Unsere Umsätze sind abhängig von Großereignissen und Sonderaktionen, die uns zusätzliche finanzielle Mittel zukommen lassen.

Ohne weitere Investitionen sind auch die zusätzlichen Möglichkeiten beim Betrieb des Doppeldecker-Busses der MMKT beschränkt.

2. Chancenbericht

Auch im Jahr 2014 plant die MMKT die in 2011 eingeführte Marketingkooperation „Kongress-Allianz für Magdeburg“ weiter auszubauen und verstärkt Tagungen und Kongresse für Magdeburg zu akquirieren. Mit 16 festen Partnern Ende 2013 steht die Kongress-Allianz bereits auf einem soliden Fundament, indem die Leistungsträger die Marketing-Aufwendungen der Allianz mitfinanzieren.

Ein großer Erfolg unserer Geschäftstätigkeit ist die Übertragung der Fortführung der Otto-Stadtkampagne seitens der Landeshauptstadt an die MMKT.

Für die Bewerbung der einzelnen Maßnahmen wie Tourismus und Lebensqualität, Kaiser-Otto-Fest, Otto reitet und Otto macht Mode werden T€ 120 im Jahr 2014 zur Verfügung gestellt.

3. Gesamtaussage

Trotz des leichten Rückgangs der touristischen Nachfrage im Jahr 2013 sehen wir optimistisch in die Zukunft.

Die Bewältigung unserer Aufgaben in hoher Qualität hängt trotz Einwerbung von zusätzlichen Mitteln von einem verlässlichen Zuschuss der Landeshauptstadt ab.

Magdeburg, den 30. März 2014



Ralf Steinmann

Geschäftsführer